حول سيكلوجية الموضة

د . محمد أحمد سلامه

أستاذ علم النفس

كلية التربية - جامعة طنطا

تزداد كل يوم أهمية دراسة ظاهرة الموضة بالنظر إلى تأثيراتها على كل مجالات حياة المجتمعات المعاصرة النفسية والاجتماعية والاقتصادية والسياسية والعلمية والفنية والادبية بل أن فهم ظاهرة الموضة يساعد على تفسير الكثير من الحركات الشبابية المعاصرة ، وانتشار ظواهر معينة بين شباب العصر كالتدخين والخمر والاغتصاب والقتل ، بل أن أسلوب ارتكاب الجريمة كثيرا ما يكون شكلا لا نتشار الموضة .

والموضة تنتمى إلى مجموعة مظاهر السيكلوجيا الاجتماعية السريعة الانتشار والتغير . وهى شكل خاص لوحدة السلوك الجماهيرى ، وتتولد غالبا بطريقة عفوية تحت تأثير الأذواق والميول السريعة التغير وتحت تأثير المزاج السائد فى المجتمع .

وتتميز الموضة بأنها تجمع فى طبيعتها بين العديد من العناصر والنزعات والميكانيزمات النفسية المتعارضة : التوحد أو التقمص والسلبية ، التفرد ، التقليد والمقابلة الخ .

وقد ظهر منذ وقت ليس ببعيد شبه اتفاق على تحديد معنى الموضة بأنها السيادة غير الدائمة ، فى وسط اجتماعى معين ، لهذه الأذواق أو تلك ، والتى تظهر فى الأشكال الخارجية للحياة ــ وبالذات فى الملابس ــ وهى أيضا الانتشار أو الشعبية الهشة سريعة الزوال لاى شىء فى العلم أو الفن أو الادب . وقد تزايد اهتمام رجال علم النفس أخيرا بالموضة ، رغم أن تفسير الموضة كدالة نفسية اجتماعية لم يظهر بعد . ومن الواضح الان أن الموضة هى ظاهرة اجتماعية عامة مركبة تظهر فى كل نواحى الحياة الاجتماعية والاقتصادية والسياسية والروحية . وقد تحدث بعض كبار المفكرين مثل فولتير وجان جاك روسو وآدم سميث ، وكذلك بعض رجال علم النفس مثل تارد وبكد وجال وزيميل وبلومير وآخرون عن عمومية الموضة كظاهرة نفسية أجتماعية .

التغير كخاصية للموضة :

لقد لاحظ كل من كتب عن الموضة خاصيتها فى التغير والحركة والنزعة إلى الجديد وسرعة الزوال . وقد لاحظ فولتير فى زمانه التغير كطابع طائش للموضة ، ولكنه تحدث فقط عن موضة المجتمع الارستقراطى . ومع التغير السريع فى الظروف الاجتماعية والاقتصادية للحياة تحت تأثير التغير الاجتماعى والتقدم العلمى التكنولوجى ، فإن سرعة التغير قد أصبحت ظاهرة ملازمة للموضة . فقد أصبحت الموضة مع تولد الايقاع السريع للحياة الحديثة تمثل ــ فى آن واحد ــ بداية ونهاية ، حداثة وسرعة زوال ، وجودية وغير وجودية ، وموجودة باستمرار على الحد الفاصل بين الماضى والمستقبل . وهكذا فكل جديد سريع الانتشار لا يكون موضة إذا ما اتصف بالثبات والنزعة العقلية .

والموضة تؤثر على الحياة الاقتصادية وعلى تحديد الحاجات .

ويصبح من الصحيح إلى حد بعيد أن نقول أن كل تغير فى الأذواق يؤدى إلى تغير فى الحاجات أو المتطلبات الخاصة بحياة جيل واحد يعتبر موضة ، وذلك انطلاقا من ظاهرة توحد أنماط الحاجات أو المتطلبات التى تستدعى كل موضة . ولذا نستطيع القول بأن الموضة فى عصرنا لها ثلاث خواص :

١ ـ التعدد الزائد فى الحاجات والمتطلبات التى تخضع للموضة ، وذلك نتيجة الانتاج الضخم ، والشراء الواسع ، والايقاع السريع لعالم الانتاج المادى .

٢ ـ ظهور الموضة العامة المطلقة فى عصرنا ، ذلك أن جوهر الموضة المعاصرة يستوعب كل العالم الثقافى الذى لا تحده حدود اقليمية .

٣ ـ جنون الايقاع المتغير للموضة نتيجة المنافسة الحادة بين أصحاب المشروعات ورجال الاعمال ، ليس على تحسين الانتاج أو رخصه ، ولكن على سرعة تغيير أشكاله .

ومن الواضح أن سرعة التغيير تؤدى إلى اختصار الدور الذى تستخدم فيه المادة ، وهذا بالتالى يزيد من الحاجة للاشباع ، خاصة وأن الامر قد أصبح يستلزم إشباعا كثيرا أو متعدد للحاجات مما أدى إلى ظهور التعاون لاشباع الطلب . ومن الواضح أيضا أن سبب التغير فى عادات الحاجة (بالذات العادات الاستهلاكية) لم ينتج عن التكنولوجيا الانتاجية الحديثة بقدر ما ينتج عن التغير فى نفس ظروف الحياة . اذ ظهرت مع التغيرات التكنولوجية ـ ومع تغير ظروف الحياة الخارجية أجيال جديدة من البشر تطمح لأن تعبر فى حياتها عن عدم الملل والتعب والقلق عند الانا الداخلية . . اذ من المعروف أن أعصابنا تستثار اذا ما كنا مضطرين لان نرى على أنفسنا وعلى المحيطين بنا نفس الملابس مثلا . . وقد تملكت الناس الحاجة الى التغيير والتبديل ، تلك الحاجة التى تظهر كثيرا فى الخشونة والفظاظة التى يتعاملون بها مع أشيائهم القديمة . ومن هنا يظهر أيضا الارتباط بين الحياة الاقتصادية وظاهرة الموضة ، فان سرعة مجرى التغيرات الاقتصادية وما يصاحبها من تغيرات فى أنماط حياة الافراد ، وتؤثر على الحياة النفسية للشخص ، وتصنع حاجة مستمرة إلى التجديد الدائم فى الوسط المادى والروحى ، وهذا بدوره يؤدى إلى سرعة واختصار دورات الانتاج ، واستخدامات المنتجات المادية والروحية .

أن طابع التغيير الدائم للموضة ، وارتباط التغير فى الموضة بالتغير فى الوسط الاجتماعى المحيط بالشخص ، وأخيرا الطابع العام للتغيرات السريعة التى تحدث فى المجالات المختلفة للاتجاهات الاجتماعية وأنماط الانتاج والحاجات العامة والسائدة ، كل هذا يمكن أن يولد انطباعا عن تطابق الموضة والديناميكية الاجتماعية ، الموضة وعملية التغير الاجتماعى عموما . وهذا بالذات هو تفسير مفهوم الموضة عند العالم الامريكى الشهير باربر Barber [1]

أنه من الضرورى تميز مفهوم الموضة عن مفهوم التغيير عموما ، وكذلك عن كل المفاهيم القريبة من هذا المفهوم .

معنى الموضة :

أن للموضة معانى لغوية كثيرة وهى لا تمثل مفهوما دقيقا . . فكلمة موضة مأخوذة عن الأصل اللاتينى modus وهى تعنى معيار ، نمط ، طريقة ، وجهة ، وفى الأونة الأخيرة فان mod-us بمعنى طريقة أو شكل أو كيفية قد أصبحت تستخدم المنطق والموسيقى والدبلوماسية . . الخ . ويعطى الفرنسيون والايطاليون أهمية كبيرة للموضة كظاهرة نفسية اجتماعية بصفة خاصة .

ويطلقونها على مجالات فى أساليب التعامل أو الملابس أو الموبيليات أو الأحذية أو تسريحات الشعر أو السلوك ، وهى فى الفرنسية mode وفى الايطالية moda , modo أما الانجليز فانهم يستخدمون فى مكان تعبير الموضة كلمة Fashion بمعنى طراز وهم يستخدمون كلمة موضة قليلا ، وعلى الأغلب فى معنى « العرف » .[1]

ورغم أن كلمة « موضة » قد دخلت فى العربية وفى كل اللغات الأوربية ، الا أنها لم تستطع أن تستبعد من هذه اللغات الكلمات الأخرى القريبة منها فى المعنى : الذوق الهوى أو النزوة ، النمط أو الطراز أو الاسلوب ، الشغف وغيرها . ولكنها تختلف عن هذه الكلمات فى أن لها شكلا غنى المضمون ، لأنها تبدو تجمعا لكل هذه المعانى ، التى هى أشكال خاصة لهذه الظاهرة النفسية الاجتماعية المعقدة فى كل مجالات الحياة .

(1) Barber, B. The Functions and dysfunetions of "Fashion" in science: a Case for The Study of social change. "Mens on Maamechapp", 1968, No, Dec, P. 501-514.

الموضة والذوق :

لقد استخدمت كلمة الموضة منذ زمن بعيد فى معنى قريب للذوق ، ولم يكن للذوق مفهوما واحدا : فقد كان التأكيد فيه يتم أحيانا على الجانب الجمالى ، وأحيانا على الجانب الاخلاقى ، وأحيانا على المنطق ، وأحيانا على الناحية النفسية الاجتماعية ، وأحيانا قليلة جدا على كل هذه المعانى .

وقد رأى باولو وفولتير وديدرو وهيوم وشيلروجيته فى الذوق والقدرة على التمييز بين الجميل والقبيح . وقد انقسمت وجهة نظرهم للذوق إلى أربعة مجالات هى الذوق كميل الذوق كشعور باللباقة والاناقة ، الذوق كنزعة ، الذوق كمطمح ، وكل مجال من هذه المجالات ينقسم بدوره إلى جيد وغير جيد . ومفهوم الذوق الجيد يقوم على تقييم أى شىء تقييما أصيلا . ولكن بهاء الذوق الجيد عندهم نادر جدا ، لأن الذوق تغطية طبقة سطحية من الخرافات والاراء الباطلة ــ العادات والموضة .

أما مونتسكيو فقد طابق مفهوم الذوق بقدرة الشخص على تحديد مجال الرضا أو اللذة الذى توفره أى مادة . ولقد أرجع مونتسكيو الذوق إلى أحد المظاهر العقلية ، فاذا كان العقل عند علية القوم موجها إلى متعة التأنق فهو عندئذ يحمل اسم الذوق .

أما بيرك وريد فقد كانا يريان فى الذوق قدرة الادراك أو قوة الادراك ، وما هى الا الاستخدام الحقيقى للرأى أو التحاجى ، والتى تظهر بصفة أساسية فى القدرة على تقييم ونقد العرف والتقاليد .

أما فولتير وروسو وكانت فقد تشككوا فى تغلب الذوق فى الموضة ، واقترحوا مكانة أما ظهور النزوة وإما العادة ، وإما التفرد والغرور . وقد حدد فولتير الذوق بأنه القدرة على أدراك الجميل والمعيب فى كل مجالات الفنون ، وقد قسم الذوق إلى جيد وأحمق . أما الذوق الذى يحدده المحكمون فى تقييم المنسوجات والجواهر والاطقم والعديد من الاشياء المشابهة التى لا يمكن أن تدخل تحت معنى الفن الرفيع ، مثل هذا الذوق يكون من الأفضل تسميته بالنزوة أو الهوى . فالنزوة ــ على الأرجح ــ وليس الذوق ، هى التى جلبت الى الحياة كل الموضات الاحدث .

وقد كان روسو يرى أن الناس فى الموضة يكفون عن الطموح إلى ما يعجبهم ، ويطمحون فقط إلى ما يميزهم عن الاخرين . فقد لاحظ أن قوانين الموضة مخربة وغير دائمة ، بينما قوانين الذوق الجيد اقتصادية وثابتة . وهكذا ربط روسو فى كتابة عن التربية « أميل » ربط الذوق بالفضيلة وبالاخلاق ، فكل شىء ينحرف مع إنحراف الاخلاق ، وأحسن الاذواق تتوقف على الفضيلة . فاذا تدهورت فانه يضيع ويخلى مكانه للذوق المتكلف (المصطنع) المثالى فى التزويق ، وللموضة الوليدة . وقد رأى روسو الموضة من وجهة نظر اخلاقية قبل كل شىء ينبذها نتيجة افسادها للفضيلة والاخلاق ، ولظهور الأذواق المتكلفة والتشويهية والحمقاء بينما قيم بصورة جيدة الذوق الوطنى لهؤلاء الذين يعيشون بعيدا عن المدن والذين لم تفسدهم المدينة .

أما هيوم فقد أكد أن الجميل والممسوخ يتأصلان فى العقل . وقد أنكر وجود ذوق عام وبحسب رأيه فان كل شخص يجب أن يطور وينمى ذوقه . وقد طرح قضية عدم المجادلة عن الأذواق ، لأن الجمال والبهاء الحقيقى يبقى حيا ويتجاوز كل الموضات الجامحة .

وعارض ريد وفولتير هيوم ، وقالا بأن عدم المجادلة عن الأذواق يتم مع المشاعر الحسية لأنها مرتبطة بعيوب أو خلل الحواس الذوقية ، أما عن الأذواق فى الفن فلابد من المجادلة ، فنحن لا نجادل فقط مع هؤلاء الذين ليس لديهم أى ذوق .

- أما كانت فقد كان يرى أن الموضة ليست مرتبطة بالذوق بقدر ارتباطها بالتقليد والزهو بالحماقة ، فالموضة فى جوهرها ليست على الذوق ، لأنها يمكن أن تتعارض مع الذوق بدرجة كبيرة ، ولكنها ترجع فقط إلى الزهو ، الرغبة فى الظهور فى منظر هام ، والتنافس لكى يتفوق فرد على الآخر فى ذلك .

- على أننا لابد وأن ننظر إلى الاحساس الجمالى الذوقى كاحساس اجتماعى ، ومن ذلك مثلا أن فكرة الجمال عند الطبقات الدنيا فى المجتمع ترتبط بالصحة وبالحياة العملية ، أما فكرة الجمال عند الطبقات العليا فهى رفاهة الحس والنعومة .

- وكل ما هو الموضة لحظى ، والبريق الخارجى يمكن أن يخطف الابصار للحظة ، أما الجمال الحقيقى فلا يذبل ولا يبهت أبداً . .

- وخلال عملية المعايشة الاجتماعية تتطور وتنمو القدرة على فهم وتمييز وتقييم الجمال من القبح فى الظواهر العملية وفى

---

(1) The Concise oxford Dictionary of current English. oxford university press, 1956. p. 431

النشاط الفنى ، والمعايشة العملية تصنع الذوق الشخصى نحو الطبيعة والمناظر الجمالية المرئية والآذان الموسيقية والمشاعر التى تصنع اللذة أو المتعه البشرية .

- والذوق هو ملتقى القدرة المنطقية والانفعالية على تقييم الجميل والقبيح ، وطبيعة الذوق تتخلص فى جماعيته ، والذوق الفردى موجود - مثل الذوق الجماعى - ولكنه أيضا نتاج المعايشة ونتاج الاتجاهات الاجتماعية والوعى الجمالى ، وللأذواق أطوارها : فهى تنشأ أو تتولد ، وتنمو وتتطور ، وتذبل وتندثر ، ولذا ففى فترة معينة يسود ذوق ما ، والذوق السائد يمثل موضة ، فالموضة فى جانب هى مرحلة فى تطور الذوق الجماعى ، آخر شكل لتطوره ، وهكذا فالموضة هى شكل ذوق عام لا يتوقف على وعى الفرد أو ذوقه ، وكل من الذوق والموضة يؤثر على الآخر ، فالذوق يؤثر على تشكيل الموضة ، والموضة تبدى تأثيرا عكسيا على الذوق ، فهى تغيره، أو تحوله وقبل الضربات العلمية والتكنولوجية المتلاحقة حديثا فأن الذوق الجماعى كان يتماسك طويلا ، وكان عرفا وتقليدا ، ولذا كان الذوق عبارة عن عادات .

الموضة والتقاليد والعادات :

اذا كانت الموضة ترتبط مع الصفات العامة للذوق فى القابلية للتغيير والتكيف ، فانه مع التقاليد تظهر فى الموضة لحظات ثبات وتكرار . . واذا ما كان الذوق الذى يظهر فى شكل موضة يتنوع كثيرا مرتبطا بالصفات الفردية الشخصية ، فان التقاليد — حتى إذا ما كانت شكلا للموضة — تأخذ شكلا عاما فى اطار المقبول اجتماعيا والمطلوب تربيته فى الأفراد . .

وتوجد بين الموضة والتقاليد اختلافات كيفية واضحة ، وتتلخص هذه الاختلافات فى أننا فى التقاليد أنما نقلد أسلافنا وأساليبهم السلوكية ، أما فى الموضة فنحن نقلد معاصرينا ، وفى أحيان كثيرة أجيالنا الصغيرة وأساليبهم السلوكية ، والتقاليد أكثر ثباتا وتركيزا ومحافظة عن الموضة ، وتتيح الموضة للفرد مجالا أرحب لتحقيق امكانياته الفردية ، وتتغير التقاليد أبطأ ، وبصورة غير ملحوظة ، فى جماعات اجتماعية محددة ، أما الموضة فهى أكثر حركية وتتغير بسرعة وكثيرا ما تشمل المجتمع كله ، فالتقاليد هى أقدم أشكال حفظ ونقل الخبرة الاجتماعية من جيل لجيل ومن المجتمع إلى الفرد ، وهى تضع الأساليب السلوكية الشائعة ، وتوحد النشاط الذى تقوم به الأغلبية ، والذى يتكرر فى شكل ثابت نسبيا خلال زمن طويل ، أما الموضة فتختلف عن التقاليد اختلاف النوع عن الجنس ، فالتقاليد تظهر كموضة مستمرة ، والموضة كتقاليد متقطعة ، قد تخبو لفترة ث تعود للظهور .

ولكل فرد وكل تجمع من البشر عاداته الخاصة ، والعادة طريقة معينة للسلوك فى مواقف محددة لا تقابلها الجماعات الاجتماعية برد فعل سلبى ، ويمكن أن تصبح موضة ، والعادة تتولد على أساس الخبرة والطقوس القديمة ، وحينئذ تصبح تقاليدا يجب احترامها أو تحطيمها ، والعادة أكثر ارتباطا بالعرف عنه بالموضة ، والعرف يتفاعل مع الأخلاق ، التى هى قوالب لسلوك الناس تظهر فى المجتمع وتقرها القيم الأخلاقية ، والموضة — التى هى ظاهرة أكثر دينامية — تتناقض كثيرا مع الأخلاق ، والأخلاقيات تؤثر فى الأسس الاجتماعية بعمق أكبر ، أما الموضة فتلمس أكثر الجوانب الخارجية للظواهر الاجتماعية ، والأخلاق تتغير أبطأ ، وهى أكثر ثباتا من الموضة .

وإلى جانب تمييز الموضة عن التقاليد والعادة والأخلاق يجب تمييزها عن الاتيكيت فالاتيكيت قواعد سلوكية شكلية ومعينة فى صورة أوامر مفروضة — والاتيكيت — كالتقاليد — يوحد سلوك الشخصية والجماعة فى موقف محدد ، ولكل جماعة اجتماعية آداب لياقتها — الاتيكيت الخاص بها ، وكل جماعة اجتماعية تدين الاخلال بمجموعة وجهات السلوك المقررة ، والاتيكيت والموضة يتقاربان فى أنهما يلمسان الأطر السلوكية الخارجية ، ولكنهما يختلفان فى زمن الانتشار وفى الاقرار الاجتماعى : فالموضة أكثر حيوية وتغيرا عن الاتيكيت ، والاتيكيت ملزم وضرورى ، أما الموضة فهى أكثر حرية ، وبرغم أن الاتيكيت كثيرا ما يلزم الفرد باتباع الموضة ، فالموضة كثيرا ما تحطم الاتيكيت ، والموضة التى يقرها العرف لا تتعارض مع الاتيكيت .

الموضة والاعلان :

والموضة رفيق الاعلان ، والاعلان أيضا حركى ويعمل كظاهرة نفسية اجتماعية فى مجال الاتجاهات الاقتصادية بصورة أساسية حيث يؤثر على الذوق الشرائى وعلى عادات الناس ، وحيث يستثير الحاجات بصفة مستمرة[1] ، ومن المعروف الآن

(1) Brown, R. Reklow in Trading, N. Y, Free press, 196]

أن الانسان يجب أن يوفق بين وضعه وصفاته الشخصية التى تنعكس أساسا فى سلوكه ، وأيضا مستواه الاستهلاكى ، ومن المشكلات الرئيسية للمجتمعات النامية الآن أن نجاح الشخصية يقاس بنماذج الأشياء المملوكة والتى تعتبر دليلا على وضع المالك ، وهذا هو التقليد الأعمى للمجتمعات الأكثر تطورا .

واذا كانت الوظيفة الحقيقية للدعاية هى أن تكون اعلانا ، بمعنى أن تقدم للمستهلك المعلومات الحقيقية عن استعمالات المادة ، ومساعدته على أن يختار الأشياء الضرورية له ، الا أنها فى الحقيقة تعمل لصالح صراع المنافسة واختصار دورة الانتاج ، وتصنع قوالب سلوكية وأمزجة استهلاكية معينة .

والموضة والاعلان يلازم كل منهما الآخر ، فالاعلان يدعو للموضة ، وهذا الأسلوب الدعائى أو ذاك يمكن أن يصبح موضة ، فالموضة هنا تؤكد الدعاية ، وفى الموضة دائما تتواجد عناصر دعائية ، وصناع الموضة دائما يركضون وراء ابتكار أشكال دعائية ، ومن أشكال الدعاية أو الاعلان عن الموضة المظاهرات الموسمية لمجموعات الموضة ، واحتفالات الموضة ، ومجلات الموضة ، تلك التى تصنع مزاجا معينا ورأيا خاصا بالموضة .

طبيعة الموضة :

من الحديث السابق عن علاقة الموضة بالذوق والعادة يتضح أن الموضة بطبيعتها ظاهرة متناقضة تماما ، فالموضة ــ كالعرف والعادة ــ تمثل نموذجا سلوكيا محددا فى إطار المجموعة الاجتماعية ، وهذا النموذج له قوة ثبات ومقاومة تساعد على البقاء ، وللموضة قوة تأثير كبيرة على سلوك وأذواق ونظام قيم المجموعات الاجتماعية المختلفة ، والموضة ــ كالعرف ــ تمثل وجهة سلوكية فى اطار جماعة اجتماعية ، ويستوجب الاحلال بها استنكار الجماعة .

وتختلف الموضة ــ وهى الظاهرة الأكثر تغيرا ــ عن قوالب السلوك الأخرى الأكثر ثباتا كالأخلاق والعرف فى أنها لا تتشكل ولا تقوى لمدة طويلة كشكل ضرورى للعناصر الرسمية للتنظيم الاجتماعى ، فالموضة هى شكل غير تقليدى للسلوك ، وتحتوى دائما ومنذ نشأتها على لحظة رفض للتصورات الأخلاقية والجمالية والذوقية ، وهذه اللحظة ترتبط كثيرا بالاحتجاج الخفى ضد المعايير الاجتماعية السائدة التى تحكم وجهات التفكير الفردية والمؤسسات الاجتماعية .

هذا ، رغم أن الموضة التى تظهر كطريقة للتعبير عن الأمزجة الجديدة وعن الأذواق والميول ، والتى تعبر عن حاجة الشخص للتجديد ، لا يمكن أن تكون بطبيعتها طريقة ثابتة وفعالة للتجديد الاجتماعى بسبب جانبها المحافظ ، فالموضة محافظة ، أولا ، لأنها حين تتولد وتستنكر شيئا ما فى القديم ، فانها تسعى للاعتماد على تأثير أو نفوذ معيار لا شك فيه ، معيار يشجع فقط على استحداث أو اعادة انتاج النموذج المتاح ، وهنا طغيان الموضة ، أما المصدر الثانى للطبيعة المحافظة للموضة فيتلخص فى التحديد الزائد ومحلية أو اقليمية المقاييس الاجتماعية لكل تقاليع الموضة ، ولهذا فان للموضة طابعها الواسع ، ذلك لأنها وهى ترضى الحاجة للتجديد فى المجالات المختلفة ، لا تحتاج من أتباعها إلى تغيير جاد بأى قدر فى طريقة الحياة ، أما الاصلاحات الثورية والتحولات أو الانقلابات العملية ، والتى تغير بعمق فى كل مجالات الثقافة الروحية للفرد وكل نظام الاتجاهات الاجتماعية ، فهى أمر آخر ، فالموضة تمثل تغيرا أو تبديلا جزئيا فقط للأشكال الثقافية الخارجية ، ولذلك فان المكتسبات الثقافية الجديدة ، والتى ترتبط بالمستقبل لفترة طويلة لا تعتبر موضة .

على أنه يلزم القول ــ برغم ذلك ــ بأن المكتسبات الجديدة للفكر الانسانى ، العلوم والثقافة ، يمكن فى مرحلة معينة من مراحل تغلغها فى المخزون الثقافى للانسانية أن تصبح موضوعا للموضة ، وهذا هو حال العديد من الوجهات الجديدة فى العلوم ، مثل الاتجاه الرياضى فى الطبيعة ، الطبيعة النووية ، وعلم النفس . . . الخ ، سواء عاشت كل منها هذه المرحلة أو عايشتها .

أما الجدل حول طبيعة الموضة فهو يقوم على محاولة تحديد محتوياتها الحياتية الحقيقية فى كل لحظة لتطور المجتمع ، فالموضة شكل خاص للحياة النفسية الاجتماعية ، وهى تظهر كشكل خارجى قصير العمر للتغير المستمر فى المضمون الاجتماعى والوسط الاجتماعى ، والموضة تقوم على تنفيذ مطلب اجتماعى لمجتمع معين ، فمثلا قبل أن تصبح هذه التيارات والتسميات مثل الجيل الحاضر والجيل الملعون والجيل الساخط والجيل المتقاعس ، والجيل الميئوس منه والهيبز موضة وسط الشباب فى كثير من الدول ، كان لابد أن تظهر هناك ظروف اجتماعية معينة تمثل قهرا للشباب أو عدم وضوح له ، ولذا فانه لكى نفهم جوهر الموضة وسط تيارات الشباب المختلفة لابد

وأن نكشف عن المضمون الاجتماعى المحدد الذى تعبر عنه أو تمثله هذه الموضة . وهذا ما يتجاهله كثيرا علم الاجتماع وعلم النفس . .

والموضة كشكل خاص للحياة النفسية الاجتماعية قد تغيرت مع تطور وتعقد شكل هذه الحياة ، ففى المجتمعات البدائية كانت الموضة ثابتة تماما ، لأن حاجتهم إلى التصورات الجديدة كانت أقل كثيرا ، وتغير الموضة يرتبط أيضا بعامل تعب أو كلل المثيرات العصبية ، ذلك أن الموضة ترضى الحاجة النفسية للشخصية أو للجماعة الاجتماعية فى تجديد الوسط المادى أو الوسط الروحى المحيط ، والحاجة لتجديد ماديات الوسط ترتبط بالخواص النفسية الفسيولوجية للفرد ، ذلك أن الشخص يطمح إلى التخلص من الانفعالات والمشاعر والأمزجة السلبية ، التى تنتج عن السأم أو الملل فيما يتعلق بالمثيرات الأولية[1] ، أما ما يحدث بالنسبة للمجال المعنوى فهو غير ذلك : فالناس تتخلص من بعض المفاهيم ووجهات النظر والنظريات والمؤلفات العتيقة .

ويجب أن نشير هنا أيضا إلى أن الموضة تظهر كثيرا نتيجة عدم الثبات النفسى الداخلى للفرد ، عدم ثبات وضعه الاجتماعى ، فهى تظهر أحيانا كتعويض نفسى اجتماعى عن حاجات الفرد الاجتماعية غير المشبعة وغير الكافية ، والموضة تظهر أحيانا نتيجة اغتراب الشخص فى المجتمع وعدم مبالاته به ، ونتيجة الأعباء النفسية التى قد تنتج عن ــ وقد تشتمل على ــ أعباء جسمية وأعباء معنوية زائدة عن طاقة الفرد الانفعالية ، ونتيجة عدم ثقة الانسان فى الغد ، فالموضة هنا تعطى امكانية التعود الوهمى على أعلى المستويات الاجتماعية وتعتبر وسيلة لرفع المركز الاجتماعى .

والموضة تنتشر على أساس الايحاء أو المحاكاة ، أى على ادراك غير واقعى أو غير فاحص ، والايحاء والمحاكاة يشيران بحق إلى عدم مقدرة الشخص والمحاكى على التحكم الواعى فى سبيل أو تيار المعلومات أو الأشياء المعروضة ، والظرف الأساسى للايحاء المؤثر هو هيبة أو نفوذ أو جاذبية مصدر المعلومات من جانب ، وغياب المقاومة الملحوظة نحو هذا التأثير من جانب آخر ، أن ادراك الشخص بواسطة الشخص فى عملية المعايشة ، مثل ادراك الاتجاهات بين الناس فى المواقف المختلفة أو الجماعات المختلفة ، يمكن أن يكون واقعيا فاحصا ناقدا أو عكس ذلك ، ونتيجة انعكاس التأثير غير الواقعى أو غير الناقد فى عملية المعايشة هو عادة التقليد الأعمى غير الواعى (اذا تكلمنا عن النشاط ، السلوك ، الأفعال) والإعداد العضوى أو العدوى اللاارادية (اذا أخذنا فى الاعتبار الحالة النفسية) ، وفى سن المراهقة الأولى (من سن ١٢ ــ ١٥ سنة) فان نماذج سلوك الراشدين يستوعبها النشىء عن طريق التقليد المباشر (الموضة ، التدخين ، ذخيرة الكلمات) ، ومن الواضح أن عدم ايجابية المقاومة (السلبية) فى الاتجاه نحو الراشدين تلعب دورا فى هذا السن إلى جانب التقليد .

والمهمة الأولى للمربيين هى ادراك أن الاعداد والتقليد أكثر انتشارا بين الأطفال والمراهقين فى المجموعات العفوية أى فى تلك المجموعات من الأطفال والمراهقين التى تتولد لأسباب عديدة بدون تأثير من جانب الراشدين أو تأثير الأنشطة التى يوجهها الكبار . .

وقد دلت الكثير من الأبحاث التجريبية أن ٧٠ ــ ٧٥ ٪ من جرائم غير الراشدين تقع من مجموعات الأحداث المراهقين ، ومن الصحيح أن هذه المجموعات العفوية غير الثابتة ينفذون الجريمة من جانب بتقليد بعضهم البعض ، ومن جانب آخر تحت تأثير التحريض المباشر وغير المباشر للكبار ، وتحت تأثير الكتب والأفلام والروايات التى تروج لمغامرات الجناة وتدافع عن قيم الوحشية والعنف والاغتصاب ، ويجب التأكيد على العامل الأخير الذى زاد تأثيره بتطور وسائل الاتصال الجماهيرى كالراديو والسينما والتليفزيون ، والتى تقدم النماذج التى سرعان ما تصبح موضة ، هكذا نلاحظ فى عالم اليوم أن نوع الجريمة موضة وشكلها موضة وأداتها موضة ، وتحت التأثير المتزايد لوسائل الاتصال الجماهيرى فى هذا العصر أصبحت أشكال السلوك موضة ، والجريمة موضة ، والطعام موضة ، والعلم موضة ، والفن موضة ، والأدب موضة ، بل وأصبح اسلوب استخدام اللغة فى علاقات الناس موضة . .

ويحاول الكثير من الباحثين فى الغرب الآن أن يربطوا بين لا سواء الشخصية وبين سذاجتها وسطحية ذوقها ، ويرجعون ذلك إلى وسائل الاتصال الجماهيرى التى تدفع إلى التقليد

(1) Goldman, M.; Haberlin, B., Feder, G. Coaformity and Resistanceto Group pressue. "Sociometry" N. Y, 1965 Vol. 28, N. 2, P. 22 I.

الأعمى ، هكذا يرى « شيلز » Shils [١] أن التليفزيون قد قلل من الذوق فى الملابس كما قرب بين الاختلافات فى وجهات النظر الحياتية .

ويضيف « مورس كوين » Koen [٢] فى دراسته الناقدة للفكر الأمريكى ١٩٥٨ م أن الأوربيين يقفون الان تماما فى شرك الحياة الامريكية ، فكل المدن متشابهة ، وكل البيوت على نظام واحد كما لو كانت قد صفتها آلة واحدة وكل الصحف والمجلات تترك انطباعا بأنها انتاج مشترك ، وهذا ما يسميه « اربك فروم » Fromm [٣] «؟الحرية السلبية » كما يرى « روبرت ميرتون » Merton [٤] أن هذا التقليد الأعمى يقود إلى أضعاف المعايير والمؤسسات التى توجه سلوك الناس وتتحكم فيه ، مما يقود بالضرورة الى ارتكاز نفوذ المعايير وإلى كل الانحرافات الممكنة . ويضيف « ميرتون ولازارسفيلد Lasarsfeld Merton أن متوسط المستويات الجمالية القيمية والأذواق عند سكان أمريكا قد انخفض ، فالنساء اللاتى يتعرضن كل يوم لثلاث أو أربع ساعات متتالية لنشاط الدعاية فى الراديو والتليفزيون ، يقلدن تقليدا أعمى هذا الطراز أو ذاك ، ويبدين نقصا مشينا فى الذوق الجمالى » .[٥] ويفسر العالم الامريكى « أدورنو » Adorno [٦] انتشار عدوى التقليد الاعمى والموضة بقيام سياسة المجتمعات داخليا وخارجيا على المخاطرة وعدم ثبات أوضاع الناس . ويجمع ناقدو نظرية الثقافة الطبقية فى الغرب الان وفى الولايات المتحدة بالذات مثل فان دين خاج ، ريسمن ، فروم ، لازارسفيلو ، ميرتون وآخرون على أن أصل القسوة (العدوانية) السائدة الان يرجع إلى نزعة توحيد المعايير وتعميم المسايرة والتقليد الاعمى والموضة .

ويؤكد ذلك بعض الباحثين فى علم النفس الاجتماعى فى الولايات المتحدة ، فيرى نيوكب Newcomb [٧] وزملاؤه أن التقليد والتقليد الأعمى قبل أن يكون سبباً لأى ظاهرة اجتماعية ، فهو ينتج عن دوافع محددة ، ويكون وسيلة أو دراسة لتحقيق أهداف أو أغراض محددة . هكذا فتقليد الموضة فى الملابس وماديات الحياة وتزيين وتأثيث الشقق الخ يحرر الشخص من الجهد النفسى الزائد فى الاختيار ويعطيه امكانية تركيز انتباهه وطاقته على حل المشاكل الابداعية المعقدة ، لأن الجهد العصبى ـ النفسى للفرد لا يكفى لمواجهة تفكير جاد فى كل أمور الحياة التافهة والجادة .

وهكذا تؤدى الموضة وظيفة خاصة فى الحياة النفسية الاجتماعية . فالموضة احدى وسائل الاتصال ، وهى وسيلة معايشة ، وأسلوب مشاركة ، وأسلوب تعويض ، والموضة علامة اجتماعية خاصة تدل على المركز ، أو المكانة الرمزية ، وباتباع الموضة أو الوقوف ضدها فان الشخص قد ينعزل عن جماعة اجتماعية معينة وقد يتماثل معها ، يطابق نفسه بها ، وقد يحصل بذلك على مركز جديد أكثر فائدة له .

وللموضة وظيفة تكيفية كواسطة للتوفيق بين أنشطة الناس ، وتكون وسيلة للتأثير المتبادل بينهم ، والموضة تطرح نموذجا معينا فى الاتجاهات المتبادلة بين الناس ، وتوحدهم فى طرائق سلوكية معينة ، وتستثير عندهم الميل نحو الجديد .

وقد تنبه كل من روسو وزيميل وبوجاروس إلى وظيفة الموضة التعويضية ، فالموضة تعوض عن عدم اشباع أو عدم كفاية الحاجات الشخصية أو حاجات الجماعة الاجتماعية ، وهى هنا تقوم أيضا بوظيفة المنظم للحاجات الاجتماعية .

وقد ربط زيميل [٨] بصفة خاصة بين هذه الوظيفة واختلاف اتجاهات الرجال والنساء نحو الموضة ، وعدم مسايرة الرجال ومسايرة النساء للموضة فتعصب النساء للموضة واللامبالاة ، النسبية فى اتجاه الرجال نحو الموضة قد ظهر نتيجة الاختلاف بين أوضاعهم الاجتماعية ، فهو يرى فى الموضة صمام أمن تفلت اليه المرأة من حاجتها إلى بعض الاختلافات عن النساء

---

(1) Shils, E. The Theory of Mass Society, B. "Diogenes", pp. 45-66
(2) Fromm, E, The Sane Society N. Y. Rinehart, 1955, P. 169.
(3) Fromm, E. Escope From Freedom, N. Y. Farrar Rinebart, 194 , pp. 36-42
(4) Merton, R. K. Socia Theory and Social Sturucture, Glencoe, III, The Free Press 195 , pp. 50, 54
(5) Lasarsfeld, P. F., Merton, R. K. Mass Communication, Popular Taste and organized Social action in: "Mass Communeation" ed, by w. Scbramm, Hinoisof press., 1963, p. 06
(6) I pid., op. 608.

(7) Newcomb, T., Turner, R., Converse, Ph, social psychology N. Y., 1965, P, 2 6.
(8) Simmel, G, Die Mode. "philosophischa Kultur", s., pp. 42-43

الاخريات وإلى أن يكون لديها شيء غير مألوف يستدعى الانتباه ، حين تعجز عن اشباع ذلك بوسائل أخرى .

والموضة يمكن أن تكون وسيلة تعويض عن الشعور بانعدام الهيبة والكفاية الشخصية حين تظهر فى صورة ميكانيزم دفاعى ضد الاعتداء أو التطاول الخارجى على هذا الشعور .

على أن الاشارة إلى الوظيفة التعويضية للموضة كوسيلة لتدعيم المركز الاجتماعى والفردى لا تعنى أن الناس يفهمون هذا الميكانيزم ويبقون الموضة عن وعى ، ولذا فان الوظيفة الأولى للموضة والتى تلفت النظر أكثر من غيرها هى دور الموضة كوسيلة لجذب الانتباه إلى الذات ، واثارة الميل نحوها مع أمل فى ارضاء المطامح الشخصية بأكبر قدر ممكن ، واشباع الحاجة إلى خبرة جديدة ومعايشة جديدة .

وفى الموضة يوجد أيضا مكان للاختيار الواعى لشكل السلوك . فالعدوى والتقليد يمكن أن تفسر وحدة طريقة الملبس مثلا ، ولكن ذلك لا يفسر لماذا يتكيف بعض الناس مع الموضة فى الملابس فقط ، بينما البعض الآخر مع الموضة فى المجال الروحى (مثل اتجاهات الموضة فى الاداب أو العلوم مثلا) . وهنا يظهر الاختيار الواعى للشخص للقيم المادية أو الروحية ، والتى يسعى للتكيف معها فى المقام الأول . .

ولكن اذا كان ميكانيزم الموضة معقدا ومتعدد الجوانب ، فهل يمكن للمجتمع أن يتحكم ويوجه أصول وفروع النزوات الاجتماعية ؟ نعم ، وهناك ضرورة لذلك إلى حد ما .

وهذه الضرورة توجد اذا ما أخذنا فى الاعتبار أن الموضة لها قوة تأثير كبيرة تتمثل فى اقرار المجتمع وفى الايحاء ، ويمكن أن تظهر كذلك فى كل أشكال حياة المجتمع ، فى الحياة الاقتصادية والسياسية والروحية والجوانب المعيشية . ولهذا نرى الحكومات الاوربية وقد تدخلت مثلا لا نقاذ الحيوانات البرية القطبية بعد أن انتشرت موضة الفرو على ملابس النساء تقليدا للموضة عند بعض الممثلات العالميات ، وكانت الالعاب النارية تمثل موضة فى فترة زمنية معينة وكان لابد من التدخل لوقفها . وتحت تأثير الموضة يمكن أن يزداد بقوة أو ــ على العكس ــ يحدث تدهور مدمر فى الاقبال على هذا الشكل أو ذاك من المنتجات الاستهلاكية الخفيفة ، كما أنه فى فترات معينة يحدث أن يكون أحد العلوم موضة دون العلوم الاخرى . على أن ذلك فى المجال العلمى لا يمثل خطرا كبيرا ، ذلك أن جو الميل العام نحو مادة من المواد يوفر ظروفا مواتية لزيادة تأثير العلم ونفوذه ، كما يحقق انتشار الاسلوب العلمى واستخدامه فى النشاط العملى للمجتمع ، هذا علاوة على ما يوفره هذا الجو من امكانيات لنمو نفس المادة موضوع الميل . وعلى أن نفس الموضة يمكن أن تصنع خطورة الاتجاه السطحى نحو نفس العلم .

هكذا فان هناك امكانية لتوجيه الموضة ، ولكن تحقيق ذلك يستلزم الدراسة الجادة لميكانيزم الموضة وايجاد طريقة مؤثرة للتحكم الاجتماعى وراء عملية نشأة وتغيرا وتطور الموضة .

الولع بالموضة :

لا تظهر الموضة فقط كصفة للسلوك الخارجى الظاهر للبشر ، ولكن أيضا كانعكاس لحالتهم النفسية الداخلية . وهذا غالبا ما يتفق مع ميكانيزمات تشكيل وتغير المزاج أو الخلق الاجتماعى ، فعملية حركة وتغير وتطور المزاج تخضع لقوانين محددة ، وهذا يظهر فى كل التغيرات والانقلابات الممكنة لمزاج الجماعات الاجتماعية المختلفة ، فى مد وانحسار النشاط الجماهيرى ، فى التبعية والمرحلية التى تشخص عملية تولد ونمو انتشار وتطور كل مزاج جديد .

وفى الغالب فان المزاج الجديد كعملية ديناميكية وغير ثابتة يمكن أن يكون موضة والموضة نفسها هى مظهر خاص للمزاج الجماعى أو الجماهيرى متميزا عن المزاج الشخصى .

والولع الجماهيرى أيضا له شكل الموضة ، وهو يظهر فى الدفع الشامل لاى شيء للظهر ، فى الاهتمام العميق بأى شيء فى انتعاش فى حالة الابتهاج ، فى الحماس ، فى عشق أى فرد أو الغرام بأى شيء ، فى زيادة الميل إلى شيء ما .

والولع فردى وجماعى ، قصير الامد وعام ، ولكل شخص ولعه أو هواياته الفردية ، فشخص يجمع طوابع البريد وآخر يجمع النقود التذكارية وثالث يحب الصيد ورابع يميل للهوكى وخامس للعب على الجيتار وهكذا .

والولع الجماهيرى أو الجماعى هو لحظة اشتعال المزاج الجماعى ، الولع الجماعى له مكانه فى كل مجالات الحياة الاجتماعية ، وقد ظهرت فى السنوات الأخيرة فى علم النفس محاولات لتصنيف النزوات الاجتماعية بحسب درجة انتشارها أو مجال نشاطها من جانب ، وبحسب طبيعتها البيولوجية الاجتماعية من جانب آخر ، وهكذا فان عديدا من علماء النفس الانجليز والامريكيين قد قسموا كل النزوات أو مظاهر الولع بحسب درجة انتشارها أو مجال نشاطها إلى Craze وهو

الهوس الشامل ، Fad وهو النزوة المؤقتة المحلية . كما قسموا الاخيرة بحسب طبيعتها البيولوجية الاجتماعية إلى ثقافية كالحركات الايمائية التعبيرية واليوجا ، وإلى تشنجات كالهولاهوب[١]

ويلاحظ علماء النفس في الغرب أن المجتمع الصناعى الحديث بثقافته الجماهيرية العامة يجعل الشخص أكثر ليونة وأكثر خضوعا لتحكم الموضة وللنزوات النفسية الجماهيرية ، وهذا ما يضع الحاجة إلى التغير المستمر للانطباعات والامزجة .[٢]

ديناميكية الموضة :

الموضة أكثر ظواهر الحياة الاجتماعية ديناميكية ، ، ، فهى تتغير باستمرار وتستوعب الجديد ، والموضة تشتمل على المتناقضات : التفرد والعمومية ، الداخلية والخارجية ، التطابق والاختلاف ، عدم الثبات والاستقرار ، الضرورة والحرية ، القديم والجديد . الخ . فالموضة هى أحد الاشكال التى يخضع بها الفرد خارجيا لتحكم المجموع ، رغم أنه بذلك أيضا ينقذ حريته الداخلية . فالحرية والضرورة هى تناقضات وصراعات مستمرة تجعل الحياة أكثر نضارة .

ولكل عملية فان للموضة مراحلها الأساسية : التكوين أو التشكيل ، السيادة ، الانطفاء ، والموضة بحسب رأى « بوجاردس » Bogardus [٣] (هى عملية فريدة ، وتصنع السلوك الجماهيرى تدريجيا) ، وعملية الموضة عند « روس » Ross [٤] تسمى (القفزة الاجتماعية) ، أما « بلا مر » Blu-mor [٥] فقد كان يصفها بأنها (التغير المتكرر فى اختيار شىء ما) .

والموضة عند « زيميل » هى نزعة خاصة نحو الانتشار ، كما لو أن كل موضة يجب أن تخضع لها كل المجموعة ، ولكن حين لا يواتيها ذلك فانها يجب أن تتوقف عن العمل كموضة من جراء التناقض المنطقى مع جوهرها ، حيث أن الانتشار العام يهلك فى داخلها لحظة المشاركة .

وفى لحظة ظهور الموضة فى أى تجمع اجتماعى فان مجموعات الناس تظهر الولع بشىء ما ، وينشط الذوق الفردى والخيال ، وتتشبث برأيها الخاص ، وتظهر بمظهر عدم المسايرة ، وتعبر الشخصية بذلك عن الاحتجاج على الأذواق المعقدة والتقاليد كما أنها بذلك تلفت الانتباه اليها ، وفى فترة قوة الموضة فانه تكون لها امكانيات واسعة للايحاء والعدوى وتستدعى التقليد عند الكثير من الناس ، وفى هذا الوقت يظهر التقمص والانصياع والتقليد والأشكال الأخرى للسلوك الجماهيرى ، وفى فترة انطفاء الموضة ، أى حين تصبح فى حوزة الجميع ، يظهر الخمول فى الاتجاه نحوها والتعود عليها .

أما عن عملية الموضة « بوجاردس » يصور مراحلها على النحو التالى :

أولا : هؤلاء الناس من أصحاب المراكز العالية والذين يرغبون فى جذب الانتباه اليهم يقرون نمطا سلوكيا جديدا .

ثم : هؤلاء الذين يريدون الوصول الى هذا المركز الرفيع ، يستوعبون هذا النمط السلوكى الجديد .

وأخيراً : يدخل فى عمليه الموضة كل أو أغلب المسايرين .

ويرى تارد وزيميل أن الموضة فى المجتمعات القديمة كانت تنتشر كاقتباس لمكتسبات قبيلة أخرى ، وكان ذلك يتم بين القبائل المتجاورة ، ولكن الموضة فى المجتمعات الطبقية الحديثة تنتشر من الطبقات العليا الى الطبقات الدنيا ، وبمجرد أن تستوعب الطبقات الدنيا هذه الموضة ، فان الطبقات العليا تعرض عنها وتبحث عن موضة جديدة ، وهذا يدعم رأى سميث وروسو وكانت من أن الموضة تنتشر من أعلى لأسفل ، وأن الطبقات الدنيا تقتبس موضة الطبقات العليا ، وبمعنى آخر فان الموضة هى صناعة الطبقات العليا فى المجتمع ، وان كان ذلك لا يمنع أن الطبقات العليا أحياناً تقتبس الموضة من الطبقات الدنيا .

(1) Sargent, S. S., williamson, R. C., Social psychology, N. Y, 1968, P. 210, Bogardus, E. S. Fundamentals of social psychology, N. Y., L., 1942, p.p 305-308

(2) jacols, N. Culture For the Millions Mass Media in Modern Society, Taronto-London, N. Y., 1961

(3) Bogardus, E. S., Fundamental of social psychology. N. Y., Halt, 1942, p. 299

(4) Ross, E. A. Social psychology. Macmillon Company, 1958, p. 94.

(5) Blumer, H. in: "An outline of the primiciples of sociology" L., Barnes and Noble, 1939,

1- **Barber, B.** The Functions and Dysfunctions of "Fashion" in science : a case for the study of Social change . "Mens on Maamschapp" I968, Vol. 6.

2- **Blumer, H. In :** "An outline of the Principles of Sociology" L. , Barnes and Noble, 1939.

3- **Bogardus ,** E. S., Fundamantals of Social Psychology, N. Y. , Holt, 1942.

4- **Brown , R. Rekloim in Trading, N. Y. :** Free Press, 1967.

5- **Fromm, E. Escape for Freedom, N. Y., Farrar and Rinehart, 1941.**

6- **Fromm,** E The sane society, N.y j Rineheat, 1955.

7- Goldman, M., Haberlin, B., Feder, G. Conformity and Resistance to group pressure. "sociometry". N.Y; 1962, vol. 28, N.2.

8- **Jacobe,** N.culture for the millions Màss media in modern society. Toronte london, N.Y. 1961.

9- **Lasare Feld, p.f., Merton, R.K.Mass communication, popular taste and organizied social actiòn In: "Mass Communication" ed. by W. schramm, Hlinoisef prass., 1963.**

10 **Merton,** R.K.social Theory and social structure, Glence, III., The Free press,h11957.

11- **Nowcomb, T.,** Turner, R., converse,oph. social psychology N.Y.,1965.

12- **Ross, E.A.** sbcial pasychology. Macmillan company, 1958.

13- **Sargent, s.s;** Sargent, S.S.; Williamsòn, R.C. social psycolology, N.Y. 1953.

14- **Shils,** E The Theory of Mass society, B. "Diogemes", 19, 1970.

15- **Simmel,** G.Die Mode "Philosophische Kultuy", S.L., 1969.

16- **The Concise Oxford Dictionary of current English.** oxford University press, 1956.

